

# Il 'Made in Italy' in Veneto da promuovere e difendere

La Moda Made in Italy è una moneta nazionale che si spende in tutto il mondo, coniata in maggior parte in Veneto. Lo conferma anche *Pitti Immagine Uomo*, manifestazione svoltasi a Firenze dal 10 al 12 gennaio scorso, ove si è potuta respirare un'aria di rinnovato fermento attorno al tema della Moda: gli stand, i brand, tra i quali numerose start up di qualità, assieme ai marchi storici hanno offerto ai visitatori e agli addetti ai lavori una buona gamma di prodotti, molti dei quali legati ai temi della sostenibilità. Vintage e classico unito all'innovativo, con accessori, denim, cappelleria di qualità, sono stati la chiave di questa edizione seguita da folto pubblico sin dall'apertura, un segnale positivo per il settore della Moda che deve saper cogliere questa volontà di rilancio.

La tutela del Made in Italy è l'obiettivo primario di CNA Federmoda Veneto per questo anno: occorre una forte azione di promozione per salvaguardare la produzione artigianale e per rendere più attrattivi i mestieri della moda per le nuove generazioni.

In Veneto il comparto Moda conta 9.500 unità produttive (17,6% del totale manifatturiero regionale), con un fatturato di circa 18 miliardi di euro; assorbe quasi 100 mila addetti – la gran parte personale femminile – ed esporta per un valore di oltre 9 miliardi di euro, dato quest'ultimo che rende la Moda il settore trainante per le esportazioni della regione contribuendo in maniera rilevante al surplus della bilancia commerciale regionale.

Tuttavia, le stime dalla banca dati Excelsior delineano un orizzonte operativo piuttosto breve: da qui al 2026 mancheranno nel sistema moda nazionale tra gli 80 e i 90 mila lavoratori. Si parla di circa 10.000 addetti necessari nel

breve termine per via del turnover del personale in uscita causa pensionamento, con ulteriore necessità di addetti per i posti in via di creazione sull'onda del processo di innovazione ed evoluzione del settore.

Il Made In Italy è inoltre uno dei più forti veicoli di promozione nel mondo grazie anche ai milioni di turisti che visitano il nostro Paese. Nella regione sono concentrate le produzioni dei più prestigiosi brand mondiali della moda proprio in forza della elevatissima professionalità e delle capacità tecniche riconosciute ai maestri artigiani delle varie filiere: dalla occhialeria, al calzaturiero, alla sartoria d'alta gamma, alle pelletterie, al tessile. Grandi professionalità e grandi capacità che hanno saputo mantenere una grande vitalità per il settore, grazie alle quali il Veneto ha potuto riprendersi con vigore dalle pesanti conseguenze derivanti dalla pandemia e dalla guerra in Ucraina che ha bloccato le esportazioni verso il mercato russo.

«Quello della tutela del nostro Made in Italy anche per il Veneto è un tema forte che richiede tutta la nostra attenzione – commenta **Raffaele Paro, Presidente CNA Federmoda Veneto** – e su questo aspetto stiamo lavorando con grande impegno assieme a tutte le Associazioni che compongono il Tavolo della Moda nella convinzione che insieme si possa avere maggior forza rappresentativa. Due, in particolare, sono gli aspetti sui quali maggiormente ci dobbiamo concentrare per preservare il valore del nostro Made in Italy: la lotta alla contraffazione, e la formazione per garantire continuità al nostro artigianato.

Per quanto riguarda il primo punto, dobbiamo restare competitivi nel mercato globale mantenendo alta la qualità del prodotto in contesti nei quali, purtroppo, molti sono i mercati privi di quella garanzia qualitativa che è caratteristica delle nostre imprese. Per questo è necessario che le istituzioni nazionali rafforzino il livello di controllo a livello comunitario delle merci. Per quanto

riguarda la formazione – aggiunge **Paro** – il settore soffre della carenza di addetti. È fondamentale rendere sempre più attrattive e accessibili le professionalità del comparto, creando un rapporto più stretto con il mondo della scuola – apertura di nuovi corsi professionali, rilancio degli istituti professionali, campagne di sensibilizzazione sul manifatturiero – per incentivare gli studenti ad intraprendere questa strada e favorire il passaggio generazionale, cosicché i maestri artigiani possano traghettare le loro professionalità integre alle future generazioni.»

Il calo di competenze artigianali nelle aziende di moda rappresenta infatti un elemento che richiede una attenta gestione, sia in termini di “passaggio generazionale” che in termini di attrattività del settore: decisivo quindi è l’aspetto della formazione e il coordinamento tra domanda e offerta. Secondo CNA Federmoda, le riflessioni devono partire non solo dai fattori congiunturali esogeni, ma soprattutto dall’interno.

Altro tema importante che sta modificando l’assetto dell’intero comparto è quello legato alla sostenibilità.

«I nostri artigiani hanno già intrapreso con passo sicuro questa strada – conclude **il Presidente di CNA Federmoda Veneto Raffaele Paro** –. Quello della sostenibilità è un trend che denota un duplice cambiamento: il cliente finale compra responsabilmente e sceglie prodotti realizzati secondo parametri sostenibili e le imprese si stanno adeguando mediante investimenti in innovazione, consapevoli che proprio da questi nuovi scenari sostenibili possano nascere nuove opportunità.»